



ACADÊMICO: LEONARDO MECCA RAMPANELLI
ORIENTADOR: ANDERSON HOOSE
DISCIPLINA: ESTÁGIO SUPERVISIONADO
CURSO: ENGENHARIA DE PRODUÇÃO
SEMESTRE: 2018/1



Título

PERCEPÇÃO DE PÚBLICO ALVO E VIABILIDADE FINANCEIRA DE UM NOVO EMPREENDIMENTO VAREJISTA EM PASSO FUNDO

Introdução

Inovação, empreendedorismo, tecnologias, “e-commerce”, “start-up”, aplicativos e mais uma bateria de definições que aparecem repetidamente em nosso cotidiano de trabalho, faculdade e redes sociais. Todos esses termos são relativamente novos, que nos dão a grandiosidade da transformação tecnológica que o mundo está, e vai continuar, passando nos próximos anos. Isso se aplica também aos ramos de varejo, que ao observarem essas mudanças, precisam acompanhar o desenvolvimento para atingir seus clientes. Desta maneira, o varejo pode se beneficiar da aplicação de tecnologia da informação, facilitado o acesso, aumentando a velocidade de atendimento, aumentando seu faturamento devido às facilidades e conforto proporcionadas ao cliente. Este trabalho verificará a possibilidade de implementação de tecnologia na venda de bebidas alcoólicas do ponto de vista do cliente (compreender suas necessidades de melhoria no processo de venda) e do ponto de vista do empreendedor (estratégia de mercado e viabilidade financeira).

Objetivo Geral e Específicos:

- Realizar uma pesquisa de mercado para compreender público alvo, os incômodos do processo de venda e soluções;
- Mensurar estatisticamente quais são as soluções que mais agradam o público alvo;
- Criar uma Análise Swot para determinar a estratégia de mercado dentro dos pontos fortes do empreendimento;
- Realizar uma estimativa de investimentos e analisar os índices de Valor Presente Líquido (VPL), Taxa Interna de Retorno (TIR), e Taxa Média de Atratividade (TMA) ;

Desenvolvimento e Metodologia

A pesquisa de mercado se desenvolveu através da internet, onde 131 moradores da cidade de Passo Fundo à responderam.

Os empreendedores realizaram em uma reunião presencial para a delimitação da Análise Swot.

A estimativa de investimento baseou-se nos custos fixos e variáveis, fluxo de caixa, capital de giro, e orçamentos para os equipamentos do empreendimento.

Os cálculos de VPL, TIR e TMA levaram em consideração os juros do financiamento via BNDES e uma TMA de 1,5% ao mês.

Índice	Esperado	Obtido	Resultado
P/A , 1,5 / 24	21,25	-	-
TMA	1,50%	3,09%	-
TIR	3.092,11	3,09%	Aprovado
VPL	37.105,29	37,10%	Aprovado
VAU	-	1.746,13	Aprovado
Condições			
Se TIR>TMA	Aprovado		
Se VPL positivo	Aprovado		
Se VAU Positivo	Aprovado		

Figura 1: Resultados da Viabilidade Financeira

Resultados e conclusões

Público alvo encontrado é de jovens, de 18 a 31 anos, que cursam ensino superior e que tem o hábito de comprar pela internet. Os principais problemas são: pegar filas no caixa (80,8%), ter que estacionar o veículo (53,1%) e a demora em todo o processo de compra (52,6%). Além disso, 66,2% responderam que necessitam de inovação nesse processo. Os participantes sugeriram soluções como “Drive Thru” e compra via aplicativo. Perguntados se eles gostariam dessa inovação, 79,2% ficariam satisfeitos com a inovação.

A Análise Swot criada gerou uma interpretação que classificou a empresa na fase de “desenvolvimento”, devido ao fato de ter mais pontos fortes do que fracos, e o senso de oportunidade ser maior do que o senso de ameaças.

A estimativa de investimento ficou em R\$ 217.219,00, já somados os juros do período de 24 meses onde o investimento retorna. Baseados no fluxo de caixa estimado, encontrou-se um VPL positivo de 37,1%, e uma TIR de 3,092% ao mês, e a TMA esperada era de 1,5 % ao mês. O VPL positivo é um indicador de que o investimento é interessante. Nesse caso a TIR (3,092%) > TMA (1,5%), o que permite entender que o investimento é interessante, pois o VPL é positivo e a TIR é maior que a TMA.

Portanto, esse empreendimento é bastante viável, pois o público alvo necessita da inovação sugerida, o investimento tem grandes chances de se pagar devido aos índices calculados, e a análise estratégica da empresa demonstra que existe potencial chance de sucesso.

Referências Bibliográficas

ANDREUZZA, Mário Giussepp Santezzi Bertotelli; **Planejamento Estratégico: Sagres: Política e Gestão Estratégica Aplicada**. São Paulo: Sagres, 2007. Disponível em: <<http://www.madeira.ufpr.br/disciplinasgarzel/12.pdf>>. Acesso em: 24 maio 2018.

KOTLER, Phillip; KELLER, Kevin Lane. **Aministração de Marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

PESCE, Bel: **A Menina do Vale**: Como o empreendedorismo pode mudar sua vida.. Rio De Janeiro: Casa Da Palavra, 2012. 148 P.